



**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO**  
**LIC. EN DISEÑO GRÁFICO**

**UA TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN PARA EL DISEÑO**

**ANTOLOGÍA**

Contenidos de la UA de Técnicas  
de Investigación para el Diseño 7º semestre

**Autor:**

Marco Antonio Carbajal Vallejo

Octubre de 2017



ASIGNACIÓN DE ACTIVIDADES



C. PROFR.(A): MARCO ANTONIO CARBAJAL VALLEJO

PRESENTE:

Por este conducto se le comunica a usted que impartirá la cátedra de TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN PARA EL DISEÑO del semestre CICLO ESCOLAR AGOSTO 2016 - ENERO 2017 del plan de estudios de LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO (F2-2004) a partir de 01/08/2016 al 31/01/2017 con el horario que a continuación se detalla.

ACTIVIDADES

Plz.	GRUPO	MATERIA	LUNES	MIÉRCOLES
532920		TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	08:00 - 10:00	08:00 - 10:00

Directa  
  
M. EN EST. U.R. MARCO ANTONIO LUNA PICHARDO

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO  
DIRECCIÓN

Subdirector Académico  
  
ARQUITECTO EN C. DR. J. ALFONSO GARCÍA

Profesor(a)  
  
MARCO ANTONIO CARBAJAL VALLEJO

# Índice

Secuencia de los contenidos en coherencia con las unidades de competencia del programa de la UA de Técnicas de Investigación para el Diseño con los diferentes

## CONTENIDOS EN RELACIÓN AL CURSO

**Presentación**

**Mapa curricular**

**Aprendizajes esperados**

**Introducción**

**Unidad de Competencia 1:  
Contenidos en relación al curso**

1. Investigación **cualitativa** **pág 7**

**Unidad de Competencia 2:  
Contenidos en relación al curso**

2. Investigación **cuantitativa** **pág 16**

**Unidad de Competencia 3:  
Contenidos en relación al curso**

3. Sistema **Harvard** **pág 30**

**Unidad de Competencia 4:  
Contenidos en relación al curso**

4. Marco **Teórico** **pág 37**

5. Marco **Conceptual**

6. Marco **Referencial**

**Conclusiones**

**Anexos**

**Fuentes** de Consulta

**Glosario**

# Mapa Curricular

Presentación del mapa curricular para la ubicación de la UA en en Núcleo, Área, Subárea y semestre

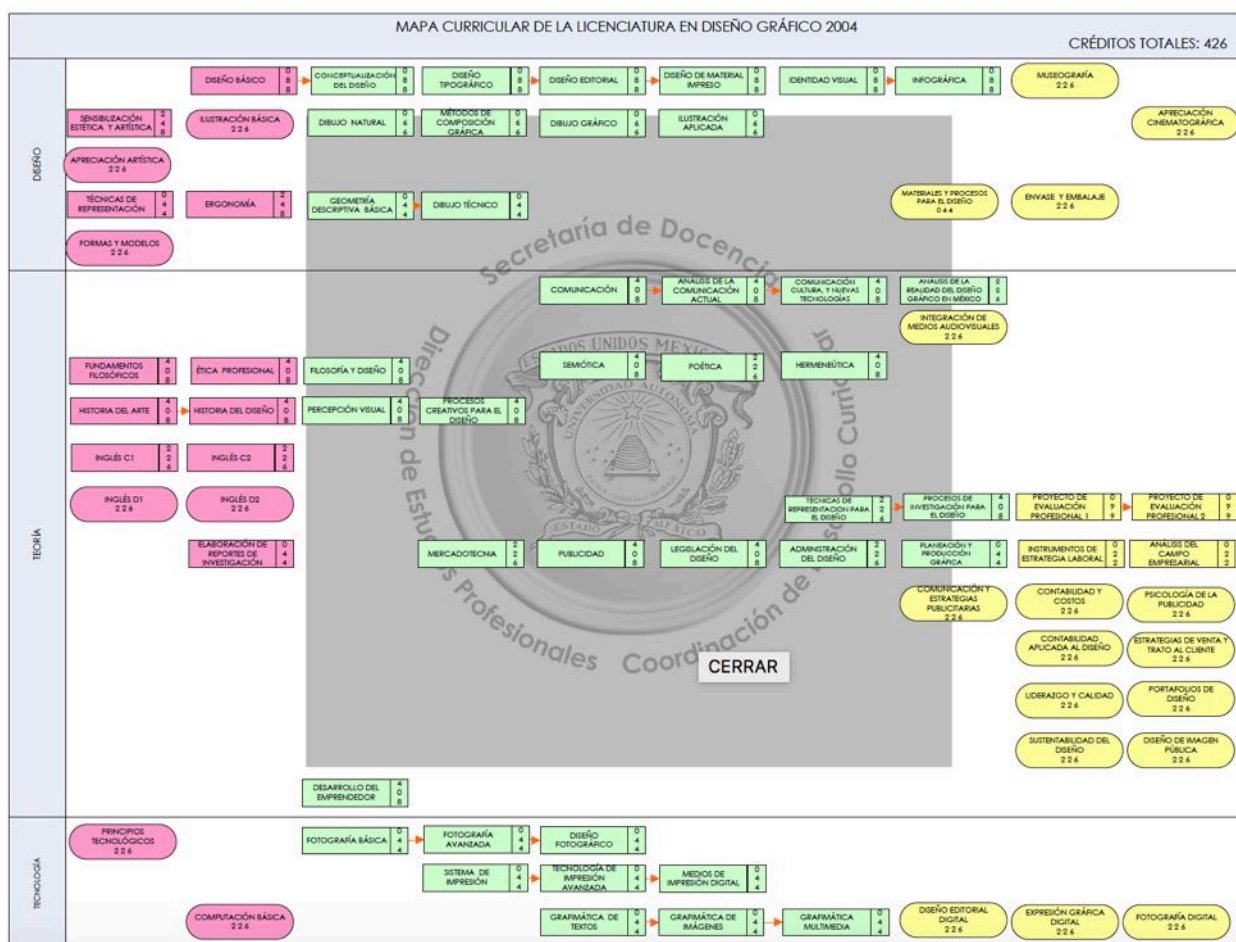


Imagen 1: Plan Flexible 04 Lic. en Diseño gráfico

La unidad de aprendizaje de Técnicas de Investigación para el Diseño se Ubica en el 7º Semestre del Núcleo sustantivo del Plan Flexible 04 de la Licenciatura en Diseño Gráfico. Se vincula con las Unidades de Aprendizaje de Identidad Visual, Hermenéutica, Comunicación, Cultura y Nuevas Tecnologías, Administración del Diseño y Grafimática Multimedia. Tiene su continuidad en el 8º semestre en la Unidad de Aprendizaje de Procesos de Investigación para el Diseño

# Presentación

Así el propósito de la antología es que se tengan recursos didácticos que ayuden a comprender la importancia de las técnicas de investigación aplicadas a la disciplina del diseño gráfico. La organización del material y su relación con los contenidos del programa se enfocan en que el alumno desarrolle aprendizajes significativos. El material seleccionado es actual y pertinente, emplea textos, imágenes de ejemplos e indicaciones para realizar algunos ejercicios; así como actividades planificadas para el estudio por parte del alumno.



*Imagen 2: Actividades planificadas para el alumno*

La antología incluye secciones de inicio a partir de introducciones donde cada sección presenta una contextualización de su contenido en relación con el curso. Los contenidos se exponen bajo una estructura y tratamiento original que pretender detonar el interés del alumno por el estudio para facilitar el aprendizaje. Presenta resúmenes para facilitar la comprensión y retención de conocimientos y actividades de síntesis para facilitar el aprendizaje significativo. Incluye un apartado de anexos para profundizar en el conocimiento y hacer referencia a los contenidos.



# Aprendizajes esperados

Los aprendizajes esperados a partir de las técnicas de investigación para el diseño son que el alumno adquiera las competencias necesarias para aplicar diferentes técnicas y procesos al momento de realizar los proyectos de diseño gráfico teniendo en cuenta que la investigación y fundamentación de los mismos a partir de un marco teórico – conceptual y referencial son absolutamente necesarios



Universidad Autónoma del Estado de México  
Secretaría de Docencia  
Coordinación General de Estudios Superiores  
Programa Institucional de Innovación Curricular

## SECUENCIA DIDÁCTICA

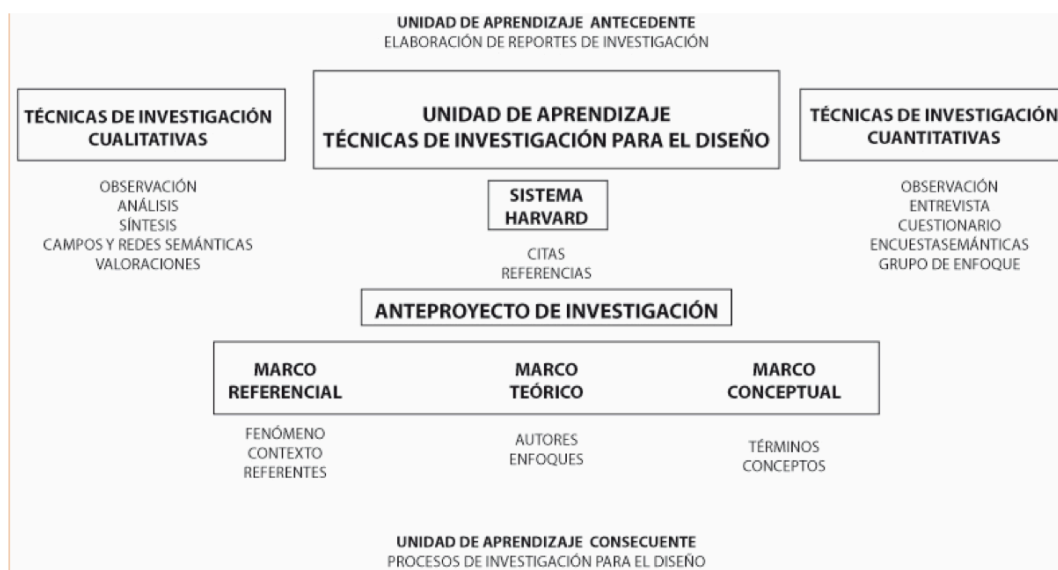


Imagen 3: Secuencia didáctica de la UA de Técnicas de Investigación para el Diseño

En el caso de las Técnicas de Investigación para el Diseño Gráfico el aprendizaje por parte del alumno se verá reflejado en la entrega de ejercicios y de actividades relacionadas directamente con cada una de las unidades de competencia y de sus respectivos requerimientos

# Introducción

La Antología es un recurso didáctico utilizado en la Unidad I de la Unidad de Aprendizaje de **TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN PARA EL DISEÑO, Plan 04 FLEXIBLE**, Núcleo Sustantivo que se imparte en 7º semestre de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMex.

La antología se estructura a partir de los aprendizajes que se espera desarrollen los alumnos. Para la redacción de sus contenidos se recurrió a fuentes directas e indirectas, consultando la documentación pertinente y realizando trabajo de academia por profesores que imparten la Unidad de Aprendizaje, lo que permitió dilucidar las líneas de acción para la elaboración del recurso didáctico.



Universidad Autónoma del Estado de México  
Secretaría de Docencia  
Coordinación General de Estudios Superiores  
Programa Institucional de Innovación Curricular

## Programa de Estudios por Competencias Técnicas de Investigación para el Diseño 7º Periodo

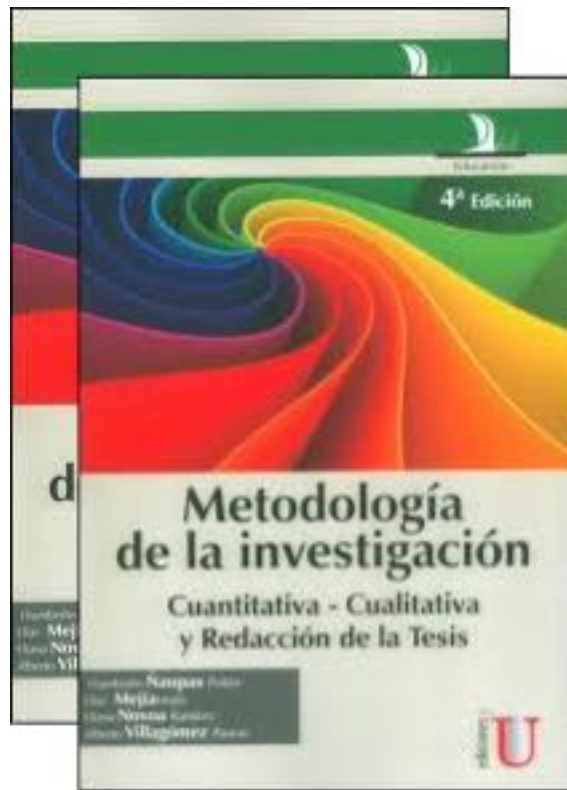
### 1. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

<b>ORGANISMO ACADÉMICO:</b> FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO								
<b>Programa Educativo:</b> Licenciatura en Diseño Gráfico					<b>Área de docencia:</b> Diseño Gráfico: Teoría. <b>Subárea:</b> Metodológica			
<b>Aprobación por los H.H. Consejos Académico y de Gobierno</b>			<b>Fecha:</b>		<b>Programa elaborado por:</b> Mtro. Marco A. Carbajal Vallejo		<b>Fecha de elaboración :</b> Febrero 2008	
<b>Programa actualizado por:</b> Mtro. Marco A. Carbajal Vallejo L.D.G. Laura Ma. De los Ángeles González					<b>Fecha de actualización :</b> Julio 2017			
<b>Clave</b>	<b>Horas de teoría</b>	<b>Horas de práctica</b>	<b>Total de horas</b>	<b>Créditos</b>	<b>Tipo de Unidad de Aprendizaje</b>	<b>Carácter de la Unidad de Aprendizaje</b>	<b>Núcleo de formación</b>	<b>Modalidad</b>
L41646	2	2	4	8 CR	SEMINARIO	OBLIGATORIA	SUSTANTIVO	PRESENCIAL
<b>Prerrequisitos:</b> Lectura y redacción, desarrollo de reportes de investigación					<b>Unidad de Aprendizaje Antecedente</b>  Elaboración de reportes de investigación 2º Periodo		<b>Unidad de Aprendizaje Consecuente</b>  Procesos de Investigación para el Diseño 8º Periodo	
<b>CERRAR</b>								
<b>Programas educativos en los que se imparte:</b> Lic. en Diseño Gráfico.								

Imagen 4: Carátula del Programa de la UA de Técnicas de Investigación para el Diseño

Por tanto, los contenidos que se presentan a continuación no confrontaran el paradigma cualitativo o cuantitativo como dos enfoques con diferentes fines, puesto que a partir de la experiencia como diseñadores gráficos lo cualitativo o cuantitativo son enfoques de investigación científica que pueden ser usados para la generación de un solo proyecto de diseño.

# Unidad 1: Investigación Cualitativa



*Imagen 5: Libro de Metodología de Investigación*



# Introducción

Es necesario aclarar que nuestro objeto de estudio es establecer las diferencias entre los enfoques de **investigación cualitativa y la investigación cuantitativa aplicadas al diseño gráfico**. Es común percibir que en la disciplina del diseño gráfico el enfoque cualitativo sirve para comprender fenómenos y establecer fundamentos que fortalezcan la funcionalidad y efectividad de un diseño; mientras que en el enfoque cuantitativo, lo importante es la generalización o universalización de los resultados de investigación referentes a identificar comportamientos y actitudes de sujetos en contextos específicos a partir de la utilización de instrumentos de medición.



*Imagen 6: La Investigación Cualitativa*

La investigación **cualitativa**, como indica su nombre, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno objeto de estudio, es decir, busca explicar a partir de cualidades como se manifiestan fenómenos en la realidad.

Así en el caso de la investigación cualitativa aplicada al diseño gráfico no se trata de probar o de medir en qué grado de percepción un fenómeno o proyecto de diseño se encuentra, más bien trata de descubrir la mayor parte de cualidades formales y conceptuales del fenómeno o proyecto como sea posible.

# Contenidos en relación al curso

La teoría es el elemento fundamental de este tipo de investigación, le aporta su origen, su marco y su fin. Los diseñadores que utilizan la investigación cualitativa recurren principalmente a la observación, el análisis y la síntesis de información, contenidos o fenómenos que están directamente relacionados con el diseño. En **investigaciones cualitativas aplicadas a proyectos de diseño gráfico** se debe sustentar un fundamento en lugar de una justificación ya que se trata de obtener una comprensión y valoración del proyecto en un nivel teórico conceptual.

Desde la particularidad de la disciplina del diseño gráfico las Técnicas más utilizadas para realizar investigaciones de tipo cualitativo son las siguientes:

## **1. LA OBSERVACIÓN**

## **2. EL ANÁLISIS DE FENÓMENOS Y CONTENIDOS**

## **3. LA SÍNTESIS RAZONADA DE LA INFORMACIÓN ANALIZADA**

## **4. EL USO DE CAMPOS Y REDES SEMÁNTICAS PARA IDENTIFICAR CUALIDADES TEÓRICAS, FORMALES Y FUNCIONALES**

## **5. LOS GRUPOS DE ENFOQUE**

# La observación

Puede definirse como el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que se necesitan para resolver un problema de investigación detectado. Dicho de otro modo, observar es percibir activamente la realidad exterior con el propósito de obtener los datos que previamente han sido definidos de interés para la investigación.



*Imagen 7: Observación para la investigación cualitativa*

La observación, como parte de nuestra experiencia vital, puede ser considerada como científica si se orienta hacia objetos precisos de estudio, ya que puede ser sistemática si se utilizan dinámicas o controles de mecanismos que nos ayuden a comprender de mejor forma como se manifiesta un fenómeno.

La observación debe seguir algunos principios básicos:

- Debe tener un propósito específico.
- Debe registrarse, ya sea por escrito o gráficamente.
- Debe buscar explicar un fenómeno desde su realidad.

La principal ventaja de esta técnica en el campo de las ciencias del hombre radica en que los hechos son percibidos directamente, sin ninguna clase de intermediación, colocándonos ante una situación tal como ésta se da naturalmente. De este modo, no se presentan distorsiones en el objeto investigado.

Además, las observaciones se pueden realizar independientemente de que las personas estén dispuestas a cooperar o no, a diferencia de otros métodos en los que sí necesitamos de la cooperación de las personas para obtener la información deseada.

# Análisis de contenido

Krippendorff, citado por Sampieri (1998) define al análisis de contenido como “*una técnica para estudiar y analizar la comunicación*”, el autor agrega que este análisis busca la sistematización, la objetividad y la medición cuantitativa, dado que se ha ubicado dentro del positivismo cuantitativo.



*Imagen 8: El análisis como recurso de investigación*

Desde la visión cualitativa, el análisis de contenido es una manera de análisis de “*cualquier forma de comunicación humana*”, especialmente la emitida por los medios masivos y por personajes populares. Sampieri (1998) se refiere a ella como una forma útil de “*separar el fenómeno de estudio a partir de variables que la conformen como un todo*”. Según esta descripción el análisis de contenido es uno de los procedimientos que más se acercan a los postulados cualitativos desde sus propósitos; busca analizar mensajes, rasgos de forma o estilo, intenciones de comunicación y otros aspectos subjetivos. Otra de las características que acercan el análisis de contenido con el paradigma cualitativo es que el examen de los datos se realiza mediante la identificación de criterios de análisis. Así, el análisis de contenido requiere de algunos pasos para su puesta en práctica como lo son:

- Determinar que contenido se estudiará y por qué es importante.
- Se debe tenerse claro las variables o criterios que se van a analizar.
- Se debe decidir la forma o tipo de análisis (comparativo o explicativo)

# La síntesis de contenidos

Es una técnica que se basa en el estudio tanto cualitativo y cuantitativo del contenido significativo de la investigación. La síntesis de contenidos es útil, especialmente, para establecer comparaciones y estudiar en profundidad temas específicos

Gracias a la aplicación de esta técnica, es posible **hacer apreciaciones sistemáticas sobre enfoques teóricos, encontrar coincidencias y discrepancias entre autores y, en general, obtener un tipo de información bastante profunda sobre temas complejos y difíciles.**

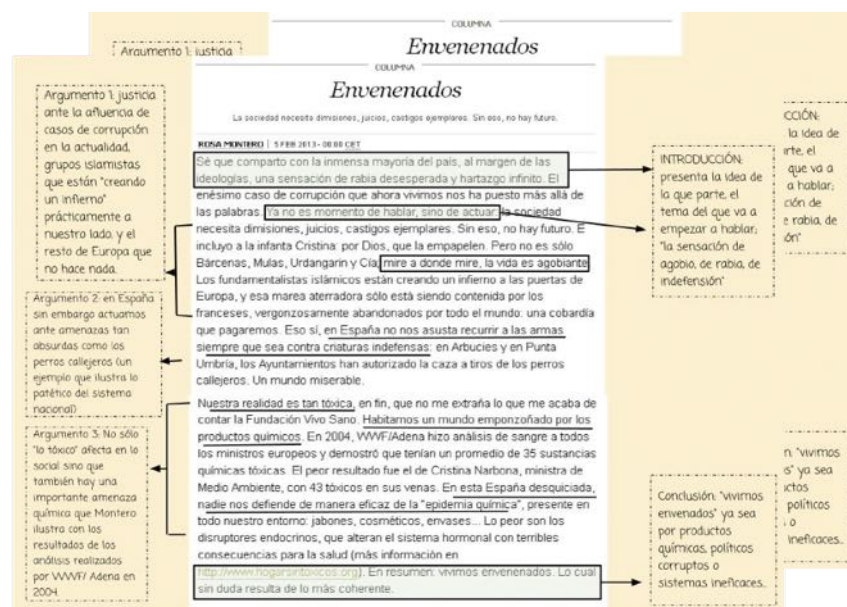


Imagen 9: la síntesis como base objetiva para resumir textos

La principal ventaja que posee el realizar síntesis de contenidos es que tiene una base objetiva, por lo que puede sintetizar o resumir un texto con menos subjetividad que por otros medios. Su principal desventaja estriba en su complejidad, pues sólo puede hacer una síntesis de contenidos de cierta calidad a partir de la lectura y análisis previos de contenidos que sustenten la esencia de la síntesis propuesta.

Esta técnica tiene además una característica intrínseca que el investigador debe tener presente: **la síntesis de contenidos es diferente a un resumen que solo "comprima" contenidos o ideas específicas** ya que abarca una visión concreta de los documentos en estudio, por lo que su esencia debe explicar y relacionar de forma precisa lo que una teoría, autor o postura quiere comunicar.

## Campo semántico

[illegible]

Otros autores proponen que una parte importante del conocimiento de la memoria semántica es potencialmente generativo, es decir, que tiene efectos directos sobre el comportamiento de los individuos. Jesús Figuroa y sus colaboradores proponen en 1980 el modelo de las redes semánticas naturales.



# El grupo de enfoque (focus group)

Nace de la costumbre modernista europea de reunirse en los cafés y círculos de crítica, donde la razón actuaba como única autoridad, en un acto de comunicación democrática. Se trata de un grupo en tanto se le determina una tarea específica, una tarea externa no emanada de él mismo, por lo que equivale a un equipo de trabajo para el investigador, puesto que a partir de aquél logrará sus propósitos, aunque el grupo mismo no se perciba así. De aquí que su inicio y su término estén claramente identificados. Este grupo trabaja en producir algo para el cumplimiento del objetivo de estudio.

Constituye un espacio de opinión grupal y se instituye como la autoridad de las opiniones que regula el derecho de hablar y privilegia la conversación.

El grupo focal se define como una **técnica de investigación social que privilegia el habla, cuyo propósito radica en propiciar la interacción mediante la conversación acerca de un tema u objeto de investigación, en un tiempo determinado**, y cuyo interés consiste en captar la forma de pensar, sentir y vivir de los individuos que conforman el grupo.



*Imagen 11: Realización de técnica de focus group*

El grupo focal tiene por objetivo provocar confesiones o autoexposiciones entre los participantes, a fin de obtener de éstos, información cualitativa sobre el tema de investigación. Resulta de gran importancia que con anterioridad haya quedado claramente entendido el objetivo de la investigación, ya que este guiará la conversación que permita las revelaciones personales de los participantes.

# Resumen

## Unidad de competencia 1

Dentro de las características particulares más importantes de este tipo de investigación aplicada a proyectos de diseño gráfico podemos mencionar las siguientes:

- Una primera característica de este tipo de investigación es que basa su estrategia en conocer los hechos, procesos, contenidos y personas en su totalidad, y no a través de la medición de algunos de sus elementos.
- La segunda característica es el uso de procesos de razonamiento y comprensión teórica y conceptual de las necesidades de comunicación y diseño de proyectos
- Una tercera característica estratégica se refiere al papel del investigador en cuanto a su compromiso con la búsqueda y comprensión de información que ayude a entender la situación actual del proyecto de diseño a realizar

Otras características generales son:

- Tiene su sustento en el análisis desde una perspectiva holística, esto es que considera el fenómeno como partes de un todo.
  - Hace énfasis en la síntesis formal-teórico que fundamente el concepto de la propuesta de diseño
  - Sus procesos no quedan definidos operativamente, ni suelen ser susceptibles de medición.
  - En general no permite un análisis estadístico
- Incorpora hallazgos que no se habían previsto a partir de la observación general

# Unidad 2:

# Investigación

# Cuantitativa



*Imagen 12: Investigación cuantitativa y diseño gráfico*

# Introducción

En la disciplina del diseño gráfico es común utilizar técnicas de **recolección de información** para construir instrumentos que nos permitan obtener datos de la realidad. Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. El instrumento sintetiza en sí toda la labor previa de investigación. Mediante una adecuada construcción de los instrumentos de recolección, la investigación alcanza la necesaria correspondencia entre teoría y hechos.

Dentro de cada instrumento pueden distinguirse dos aspectos:

- **La forma:** se refiere a la estructura en que cada instrumento de recolección de datos debe adoptar para que su aplicación sea efectiva y eficiente
- **El contenido:** se refiere a la especificación de los datos que quedan registrados dentro del instrumento. El contenido se concreta a partir de una serie de ítems que no son otra cosa que los indicadores que permiten medir a las variables, pero que asumen la forma de preguntas, puntos a observar, elementos para registrar, etc.

# Contenidos en relación al curso

Desde la particularidad de la disciplina del diseño gráfico las Técnicas de medición más utilizados para realizar investigaciones de tipo cuantitativo son los siguientes:

## **1. LA OBSERVACIÓN**

## **2. LAS ENTREVISTAS**

## **3. LAS ENCUESTAS**

## **4. LOS CUESTIONARIOS**

# La observación cuantitativa

Busca conocer la percepción sistemática de la realidad exterior con el propósito de obtener los datos que previamente han sido definidos de interés para la investigación. La observación que se realiza controladamente está orientada hacia objetos precisos de estudio, y es sistemática.



*Imagen 13: La observación registrable y objetiva*

La observación cuantitativa debe seguir los siguientes principios básicos:

- Debe de ser aplicada en el contexto y espacio de un fenómeno objeto de estudio previamente identificado
- Debe ser registrada por medio de fotografías o videos.
- Debe sistematizarse procurando tener un control cuidadoso de la misma.
- Debe especificarse su función y propósito.

## **VENTAJAS Y DESVENTAJAS**

La principal ventaja de esta técnica radica en que los hechos son percibidos directamente, sin ninguna clase de intermediación, colocándonos ante una situación tal como ésta se da naturalmente.

De este modo, no se presentan las distorsiones de percepción de la realidad del fenómeno objeto de estudio. Otra ventaja es que las observaciones se pueden realizar independientemente de que las personas estén dispuestas a cooperar o no, a diferencia de otros métodos en los que sí necesitamos de la cooperación de las



personas para obtener la información deseada. Su principal desventaja reside en que la presencia del observador puede provocar, por sí sola, una alteración o modificación en la conducta de los objetos observados, destruyendo la espontaneidad de los mismos y aportando datos, por lo tanto, poco fiables, porque las personas al saberse observadas pueden alterar su conducta.

## REGISTRO Y FORMALIZACIÓN DE LA OBSERVACIÓN:

La tarea de observar no es una mera percepción pasiva de hechos, situaciones o cosas. Hablábamos de una percepción activa, lo cual significa seleccionar, organizar y relacionar los datos referentes a nuestro problema. No todo lo que aparece en el campo del observador tiene importancia y, si la tiene, no siempre en el mismo grado; no todos los datos se refieren a las mismas variables o indicadores y es preciso estar alerta para discriminar adecuadamente todo este conjunto posible de informaciones.

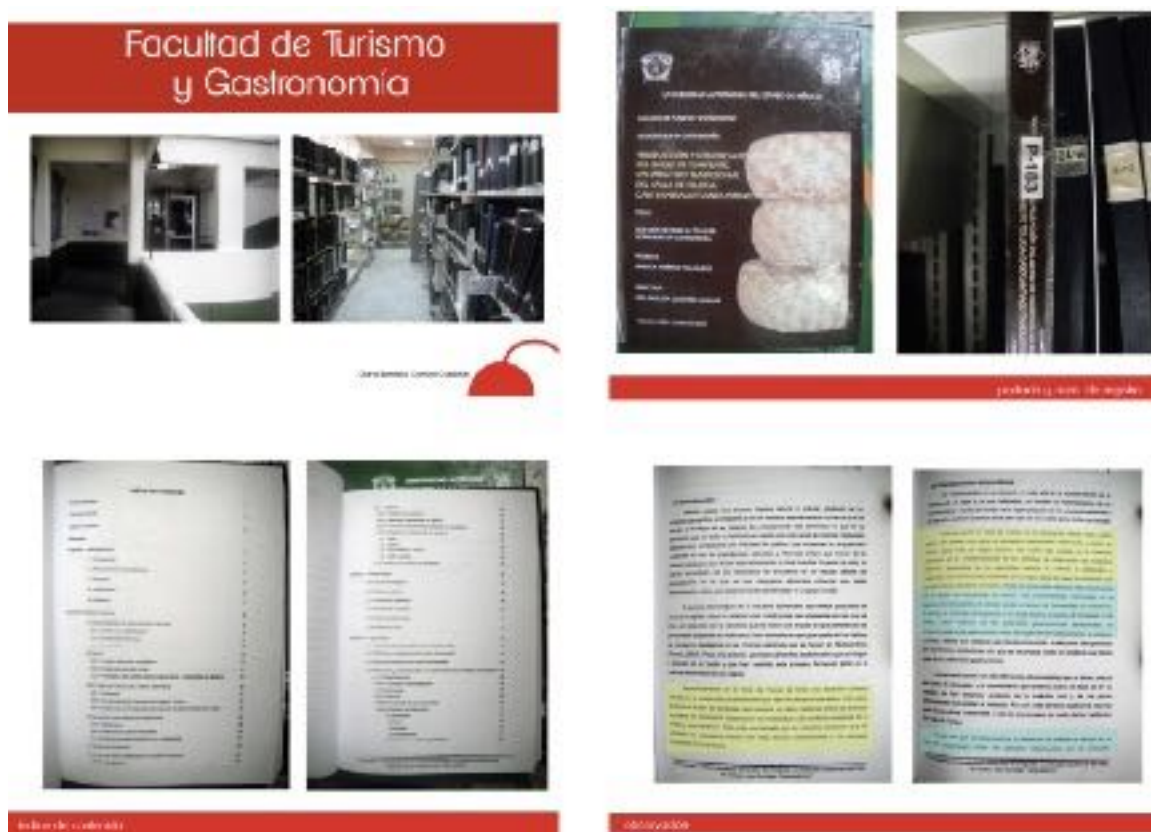


Imagen 14: Observación con reporte fotográfico

Resulta indispensable **registrar toda observación** que se haga, para poder organizar luego lo percibido en un conjunto coherente. Los medios más comúnmente utilizados son: cuadernos de campo, diarios, cuadros de trabajo, toma de fotografías y/o video

# La entrevista

Es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación. Consiste en una interacción entre dos personas, en la cual el investigador formula determinadas preguntas relativas al tema en investigación, mientras que el investigado proporciona verbalmente o por escrito la información que le es solicitada. Su principal ventaja radica en que son los mismos actores sociales quienes proporcionan los datos relativos a sus conductas, y opiniones.



*Imagen 15: Técnica de entrevista*

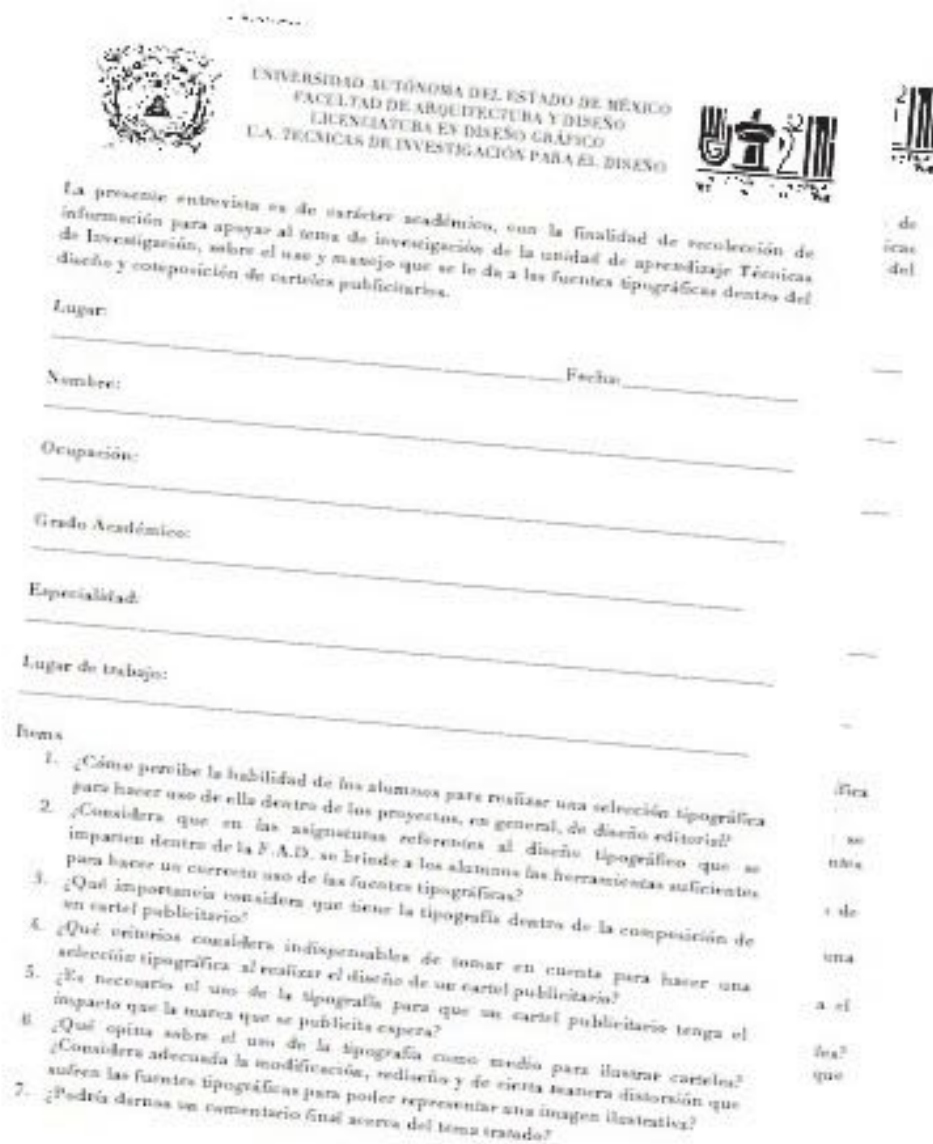
Nadie mejor que la misma persona involucrada para hablarnos acerca de aquello que piensa y siente, de lo que ha experimentado o piensa hacer. Para que una entrevista tenga éxito, es preciso prestar atención a una serie de factores: es importante que la apariencia exterior del entrevistador resulte adecuada al medio social donde habrá de formular sus preguntas.

El entrevistador debe comprender el valor y la importancia de cada dato recogido y la función que su trabajo desempeña en el conjunto de la investigación. Tendrá que ser mentalmente ágil, no tener prejuicios marcados frente a ninguna categoría de personas y, sobre todo, ser capaz de dejar hablar libremente a los demás, eliminando por completo todo intento de convencerlos, apresurarlos, o agredirlos con sus opiniones.

La entrevista habrá de realizarse a las horas más apropiadas para las personas que responden, teniendo en cuenta que su posible duración no afecte la confiabilidad de los datos.

## TIPOS DE ENTREVISTAS

**Entrevista estructurada:** Es aquella en que existe un diseño de contenidos que tienen la intención de obtener información específica a partir de las preguntas planteadas a un sujeto especialista en el tema a investigar. Se realizan a partir de un guión o propósito que previamente el entrevistador le da al entrevistado para que éste último tenga el conocimiento de lo que se va a preguntar. Se caracteriza porque se debe preparar la entrevista citando al entrevistador en un lugar y horario específico.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO  
C.A. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN PARA EL DISEÑO

La presente entrevista es de carácter académico, con la finalidad de recolección de información para apoyar al tema de investigación de la unidad de aprendizaje Técnicas de Investigación, sobre el uso y manejo que se le da a las fuentes tipográficas dentro del diseño y composición de carteles publicitarios.

Lugar: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

Grado Académico: \_\_\_\_\_

Especialidad: \_\_\_\_\_

Lugar de trabajo: \_\_\_\_\_

Items

1. ¿Cómo percibe la habilidad de los alumnos para realizar una selección tipográfica para hacer uso de ella dentro de los proyectos, en general, de diseño editorial?
2. ¿Considera que en las asignaturas referentes al diseño tipográfico que se imparten dentro de la F.A.D. se brinda a los alumnos las herramientas suficientes para hacer un correcto uso de las fuentes tipográficas?
3. ¿Qué importancia considera que tiene la tipografía dentro de la composición de un cartel publicitario?
4. ¿Qué criterios considera indispensables de tomar en cuenta para hacer una selección tipográfica al realizar el diseño de un cartel publicitario?
5. ¿Es necesario el uso de la tipografía para que un cartel publicitario tenga el impacto que la marca que se publicita espera?
6. ¿Qué opina sobre el uso de la tipografía como medio para ilustrar carteles?
7. ¿Considera adecuada la modificación, rediseño y de cierta manera distorsión que sufren las fuentes tipográficas para poder representar una imagen ilustrativa?
8. ¿Podría darnos un comentario final acerca del tema tratado?

Imagen 16: Formato de entrevista

**Entrevista formalizada:** Se desarrolla en base a un listado fijo de preguntas cuyo orden y redacción permanece invariable. Comúnmente se administran a un gran número de entrevistados para su posterior tratamiento estadístico. Entre sus principales ventajas, podemos mencionar su rapidez y el hecho de que pueden ser llevadas a cabo por personas con mediana preparación, lo cual redonda en su bajo costo. Su mayor desventaja radica en que reducen grandemente el campo de información, limitando los datos a los que surgen de una lista taxativa de preguntas.



*Imagen 17: Entrevista formalizada*

**Entrevista no estructurada o no formalizada:** Es la modalidad menos estructurada posible de entrevista, ya que se reduce a una simple conversación sobre el tema en estudio, de modo de obtener un panorama de los problemas más sobresalientes, de los mecanismos lógicos y mentales del entrevistado, y de los temas que para él resultan de importancia.



*Imagen 18: Entrevista no formalizada*

### **Entrevista focalizada:**

Es libre y espontánea, pero tiene la particularidad de concentrarse en un único tema. El entrevistador deja hablar sin restricciones al entrevistado, proponiéndole apenas algunas orientaciones básicas pero, cuando éste se desvía del tema original, el entrevistador vuelve a centrar la conversación sobre el primer asunto.

### **VENTAJAS Y DESVENTAJAS**

Todas estas formas de entrevistas poseen la ventaja de permitir un diálogo más profundo y rico, de presentar los hechos en toda su complejidad, captando no sólo las respuestas a los temas elegidos sino también las actitudes, valores y formas de pensar de los entrevistados. Su principal desventaja radica en que es poco práctico sistematizar un gran número de entrevistas de este tipo, organizándolas estadísticamente, pues pueden tener muy pocos puntos de contacto entre sí.

Las preguntas a realizar en las entrevistas suelen dividirse en dos grandes tipos:

#### **Preguntas de alternativas fijas o cerradas:**

En ellas sólo se otorga al entrevistado la posibilidad de elegir entre un número limitado de respuestas posibles.

#### **Preguntas de final abierto o abiertas:**

Proporcionan una variedad más amplia de respuestas. Su redacción debe ser muy cuidadosa para evitar respuestas erróneas o confusas, y para evitar que ellas predispongan al entrevistado en uno u otro sentido.

# El cuestionario

Se puede definir como un método para obtener información de manera clara y precisa, donde existe un formato estandarizado de preguntas y donde el informante reporta sus respuestas. Es un instrumento indispensable para llevar a cabo entrevistas formalizadas, pero puede usarse independientemente de éstas. En tal caso, se entregará al informante el cuestionario para que éste, por escrito, consigne por sí mismo las respuestas. Es claro que no se trata de una entrevista, pues no existe el elemento de interacción personal que la define.



*Imagen 19: Técnica de cuestionario*

La elaboración del cuestionario requiere un conocimiento previo del fenómeno que se va a investigar. Del mismo modo, la experiencia del investigador es imprescindible para la construcción de cuestionarios, los que deben ser adaptados a las necesidades del investigador y a las características de la comunidad en la que se realiza la investigación.

**La principal ventaja** de los cuestionarios auto administrados reside en la gran economía de tiempo y personal que implican, ya que pueden enviarse por correo, dejarse en algún lugar apropiado o administrarse directamente a grupos reunidos al efecto.

**Su desventaja** está en que impide conocer las reacciones reales del informante ante cada pregunta. También las confusiones o malentendidos pueden multiplicarse, pues no existe la posibilidad de consultar sobre dudas específicas o de orientar una respuesta hacia su mayor profundización o especificación.

## **TIPOS DE CUESTIONARIOS.**



## Cuestionarios abiertos.

Son aquellos en los que se pregunta al sujeto algo y se le deja en libertad de responder como quiera. Este tipo de cuestionario es muy útil y proporciona mucha información, pero requiere más tiempo por parte del informante y es más difícil de analizar y codificar por parte del investigador. Generalmente, se aplican en estudios pilotos con el fin de obtener más datos.

 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO



El propósito del cuestionario es conocer la percepción del consumidor acerca del empaque al momento de elegir o adquirir un producto.

Instrucciones: Favor de seleccionar una sola respuesta.

1.- ¿Qué factores al que influye en tu decisión de compra a la hora de adquirir un nuevo producto?

a) El precio  
b) Características del producto

2.- ¿Qué es lo más te llama la atención del empaque de un producto?

a) Color  
b) Forma  
c) Diseño en general (grupos, formas, color, la letra)

3.- ¿Compraras algún producto simplemente por el diseño del empaque?

a) Si  
b) No

4.- ¿Pagarías más por un producto que te ofrece lo mismo que uno de menor precio sólo por su diseño?

a) Si  
b) No

5.- ¿Has coleccionado alguna serie de empaques solo por su diseño?

a) Si  
b) No

Imagen 20: Cuestionarios abiertos

## Cuestionarios cerrados.

Están estructurados de tal manera que al informante se le ofrecen sólo determinadas alternativas de respuesta. Es más fácil de codificar y contestar. Como desventaja, podemos mencionar que las categorías que se ofrecen pueden no ser las más adecuadas, o que la persona no haya pensado sus respuestas en términos objetividad

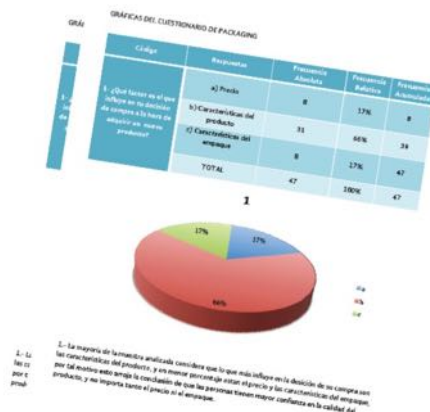


Imagen 21: Cuestionarios cerrados

# La encuesta

Es una conversación que tiene una estructura y un propósito. Steinar Kvale (1996) define que el propósito de la encuesta en la investigación cuantitativa es “obtener descripciones del mundo de vida del entrevistado respecto a la interpretación de los significados de los fenómenos descritos”. También el autor plantea los siguientes elementos para la comprensión de la encuesta:



*Imagen 22: Técnica de encuesta*

- **Diseño:** como primordial aparece el diseño de la encuesta. El diseño de la encuesta como instrumento de recolección de datos se realiza con base en el conocimiento que se busca y teniendo en cuenta las implicaciones éticas del mismo.
- **Selección del tema:** se refiere a la clarificación conceptual y al análisis teórico del tema que se investigará. Es importante formular el propósito y las preguntas de investigación antes de iniciar cualquier encuesta.
- **Describir la situación:** se refiere a explicar brevemente el propósito del estudio y de la encuesta, aclarar el uso del video o la toma de fotografías y preguntar, después de la encuesta, si la persona tiene alguna duda que desee plantear al encuestador.

- **Realizar una Guía.**

La guía de la encuesta indica los temas y su secuencia. El diseño específico del instrumento indicará si esta guía se tiene que seguir puntualmente o no durante la encuesta. Cada pregunta debe ser relevante, tanto desde la dimensión temática como desde la dimensión dinámica. La dimensión temática se refiere a que la pregunta importa en relación con el tema de la investigación; la dimensión dinámica, a la relación interpersonal durante la encuesta.



*Imagen 23: Aplicación de encuestas en campo*

## **VENTAJAS Y DESVENTAJAS**

La encuesta se centra en determinados temas; no está estrictamente estructurada con preguntas estandarizadas, pero tampoco es totalmente desestructurada.

Las expresiones de las personas encuestadas pueden en ocasiones ser ambigua.

El proceso de ser encuestado puede producir introspección en el individuo, por lo que, en el curso de la encuesta, este puede cambiar de descripciones o los significados respecto de cierto tema.

Una encuesta de investigación bien realizada puede constituir una experiencia única y enriquecedora para el encuestado, quien a lo largo de ella puede obtener visiones nuevas acerca de su propia situación de vida.

# Resumen

Dentro de las características particulares de este tipo de investigación aplicada a proyectos de diseño gráfico podemos mencionar las siguientes:

- La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables.
- La investigación cuantitativa es la que analiza diversos elementos que pueden ser medidos y cuantificados. Toda la información se obtiene a base de muestras de la población, y sus resultados son extrapolables a toda la población, con un determinado nivel de error y nivel de confianza.
- La investigación cuantitativa se sirve de números y métodos estadísticos. Parte de casos concretos para llegar a una descripción general o comprobar hipótesis causales. Se dice cuantitativa- sistemática- generalizadora

Otras características generales son:

- La objetividad es la única forma de alcanzar el conocimiento, por lo que utiliza la medición exhaustiva y controlada, intentando buscar la certeza del mismo.
- En el caso del diseño gráfico sostiene que existe una relación de aceptación y/o rechazo del sujeto con el objeto de diseño, y que esa relación puede ser medible.
- Comprensión explicativa y objetiva de la realidad, a partir de estrategias deductivas

# Unidad 3:

# Sistema Harvard

## **Tendencias actuales de citación en los trabajos de investigación filosófica**

Gemma Muñoz-Alonso López \*

*Artículo recibido:*  
25 de mayo de 2005.  
*Artículo aceptado:*  
24 de junio de 2005.

### RESUMEN

El artículo propone unificar los criterios para citar y elaborar bibliografías en la investigación en filosofía y en ciencias humanas. Se analizan las ventajas y los inconvenientes del sistema tradicional y del sistema Harvard.

**Palabras clave:** Descripción bibliográfica; Investigación filosófica; Sistema tradicional; Sistema Harvard; Trabajos académicos.

\* Universidad Complutense, Madrid, España. [gemma@filos.ucm.es](mailto:gemma@filos.ucm.es)

INVESTIGACIÓN BIBLIOTECOLÓGICA, Vol. 20, Núm. 41, julio/diciembre, 2006, México,  
ISSN: 0187-358X, pp. 91-106

*Imagen 24: Citación con Sistema Harvard*

# Introducción

El tema referente a aparato crítico se encuentra en la Unidad II del programa de la UA de Técnicas de Investigación para el Diseño<sup>1</sup> del 7º semestre. Su función es la de exponer la estructura de presentación de referencias en la redacción del marco teórico, conceptual y referencial para que el alumno aplique las competencias de análisis crítico y síntesis de contenidos.

## **Planeación didáctica necesaria para la impartición de tema**

Para la impartición de este tema se requiere tomar en cuenta los siguientes puntos:

### **Recursos Administrativos**

Solicitar la disponibilidad de un salón para poder presentar la exposición. El salón debe contar con cortinas, pupitres, pizarrón y área para proyección para la óptima presentación del tema.

### **Recursos pedagógicos**

Resolver de forma clara las dudas y preguntas de los alumnos referentes al tema expuesto

### **Recursos didácticos**

Utilizar la presentación digital de este tema teniendo en cuenta su estructura y su propósito específico en relación a los contenidos generales del programa de estudios

### **Recursos de tiempo y organización**

Realizar la presentación del tema en 50 minutos tomando en cuenta un tiempo destinado para la aclaración de dudas por parte de los alumnos

---

<sup>1</sup> El programa de la UA de Técnicas de Investigación para el Diseño se presenta en el apartado 2 de Anexos



# Contenidos en relación al curso

Exponer una cátedra referente a **cómo aplicar el aparato crítico en la realización del marco teórico, conceptual y referencial**. En función lo anterior y en relación a la estructura del programa de estudios de esta Unidad de Aprendizaje se propone de forma paralela la lectura previa de la guía (impresa y/o digital) de aparato crítico en Sistema Harvard la cual se utiliza como material didáctico específicamente diseñado para esta materia.

## Índice de Contenidos del tema a exponer



*Imagen 25: Sistema Harvard*

1. Definición de aparato crítico
2. Estructura y utilización aparato crítico
3. Estilos y/o sistemas de aparato crítico
4. Fortalezas del aparato crítico en sistema Harvard
5. Aplicación de aparato crítico en marco teórico conceptual y referencial

# Definición de aparato crítico

El trabajo de investigación con argumentos teóricos es un proceso de constante formación y uno de los elementos más comunes en nuestro diario vivir en la universidad, seamos estudiantes o profesores; de ahí la importancia del aparato crítico en la elaboración de los mismos, pero ¿Qué es el aparato crítico?

Aparato crítico deriva del latín: *apparatus criticus*, que de acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española (RAE, 2013) es el “conjunto de las notas que registran las lecciones variantes y explican los criterios utilizados para establecer el texto”. Meneses (1999), en su libro *El proyecto de Tesis: elementos, críticas y propuestas* se expone que:

*“El aparato crítico de un trabajo de investigación se refiere al conjunto de citas, referencias y notas aclaratorias que es preciso incluir para dar cuenta de los aportes bibliográficos sobre los que el mismo se apoya.*

*Es un aparato, porque todo escrito académico necesita poseer un conjunto de elementos organizadores de su propio cuerpo, con el fin de adquirir la mayor consolidación o solidez posible, y ¿Por qué no? prestigio intelectual.*

*Es crítico porque se da en una argumentación objetiva de utilizar citas para la redacción de un texto con sus merecidas referencias con la seriedad de planteamientos originales, claros y respaldados; es decir con un “aparto con crítica”. (Meneses; 1999: 87)*

En resumen el utilizar un aparato crítico permite adquirir seguridad evaluativa (pues es texto de alguien ya lo dijo y debe estar bien, más si ya está escrito en algún libro especializado) ya que genera la habilidad en la construcción crítica fundamentada en la teoría, habilidad que tiene su origen en el pensamiento hipotético deductivo obtenido desde la escuela secundaria. Es importante exponer que en el escenario del estudiante universitario es común el analizar para un mismo trabajo escolar diferentes fuentes de información y que de acuerdo a Jean-François Rouet en su libro: *Las habilidades del uso de documentos de consulta* (2006) los alumnos primero deben ubicar las fuentes, para después identificar los contenidos de diferentes partes de estos libros, listas de referencias y cronologías de tiempo, para categorizar información de los diferentes documentos (libros, revistas, páginas web, etc.) y sintetizar, para posteriormente integrarlos en un texto de su autoría.

# Estructura y utilización de aparato crítico

Con el aparato crítico se da crédito y cuenta explícita de donde provienen los antecedentes y se describen claramente en qué consisten las convergencias o divergencias de ideas más significativas con autores precedentes que han trabajado sobre el tema. En un texto construido a partir de una estructura de aparato crítico todas las citas o referencias a otros autores deben ir acompañadas de un sistema de notación adecuado, orientado a mencionar y especificar correctamente la fuente de la cual se extrajo la información, a fin de evitar caer en el plagio, que se produce mediante la copia de un original que es presentada como propia, y que constituye una infracción del derecho de autor sobre cualquier tipo de obra. El plagio es una práctica duramente penada en toda institución académica y se debe por lo tanto tomar medidas necesarias para evitarlo.

## Estilos y/o sistemas de aparato crítico

El aparato crítico en general está compuesto por dos partes fundamentales e inseparables del discurso académico escrito: Las citas y notas dentro del documento y las fuentes de consulta al final del documento (bibliografía, mesografía, hemerografía, videografía, entre otras). En relación a lo anterior investigadores y teóricos del conocimiento utilizan diferentes estilos de aparato crítico según sea el caso de estudio o el propósito de la investigación; por lo que a continuación se presenta un listado con los sistemas de aparato crítico más utilizados en el contexto académico:

- **CONVENCIONAL U OXFORD.**
- **HARVARD** (Universidad de Harvard USA)
- **APA** (Asociación de Psicólogos de América)
- **VANCOUVER** (Para artículos del campo médico)
- **CHICAGO** (Para artículos del área de la ingeniería)
- **MLA** (Asociación de Lenguaje Moderno)

Para efectos de la exposición del tema, se presenta únicamente el estilo Harvard porque es el más difundido en los textos científicos nacionales e internacionales. Como antecedentes podemos mencionar que el estilo Harvard se desarrolló en la Universidad de Harvard, Estados Unidos, durante los años 50 y se popularizó especialmente en el área de la Física y las Ciencias Naturales y más recientemente, en las Ciencias Humanas y Sociales (Rouet 2006).

Berthier (2008) señala que el sistema Harvard es un formato estándar para referenciar, dentro de los trabajos académicos, la información básica de las fuentes utilizadas para citar, parafrasear o comentar ideas pertenecientes a otros autores.

Así, el principal objetivo de este sistema de referencias es facilitar la redacción de los escritos científicos y brindar al lector en forma rápida y sencilla, la información necesaria para ubicar las obras utilizadas en la estructura del trabajo.

## Fortalezas del aparato crítico en sistema Harvard

Se prefiere este estilo por ser uno de los sistemas más fáciles y prácticos; además de ser uno de los más utilizados<sup>2</sup>. A continuación se detalla algunas de las características de este estilo atendiendo a la gran variedad de textos y fuentes de investigación utilizadas en un trabajo académico (Valdés García, et al. 2010)

- Gran parte de las publicaciones indexadas adoptan este estilo de citado dado que presenta información referente al Autor, Año de publicación del texto y página donde se encuentra el mismo.
- En el sistema Harvard la cita textual es la transcripción exacta de lo que ha dicho otro autor dentro del trabajo que se redacta; tiene como objetivo fortalecer un argumento; analizar, comentar o refutar las ideas expuestas de otro autor. Puede ser cita corta o cita larga, en ambos casos debe ser exacta y verificable.
- Las citas textuales bajo este sistema se presentan en el cuerpo del texto y tienen como objetivo establecer la relación entre lo que el investigador presenta y lo que el autor expone. De esta forma se puede identificar el texto del investigador y el texto tomado de algún libro o autor.
- Las citas en el texto deben tener su correspondencia en el apartado de referencias bibliográficas por lo que al final del texto se presentan en listado y en orden alfabético las fuentes de consulta utilizadas, con datos específicos a fin de identificar cada fuente bibliográfica.

---

<sup>2</sup> Se presenta en el apartado 1 de Anexos el material didáctico empleado en la UA de Técnicas de Investigación para el diseño donde se ejemplifica cada una de las situaciones en las que se puede hacer uso de alguna cita bajo el sistema Harvard que de objetividad y fundamento al texto propuesto por el investigador.

- Este sistema no requiere utilizar las citas a pie de página donde se presenten los datos de la fuente, éstas se reservan para hacer notas, precisiones o aclaraciones que en el cuerpo del texto distraerían la idea principal.
- En la actualidad las citas mesográficas (referencias de internet) son recurrentemente utilizadas por lo que este sistema simplifica y ordena su citación desde referencias a portales y páginas web hasta archivos electrónicos que no necesariamente estén en línea.
- Independientemente de las fortalezas del sistema Harvard es importante mencionar que en las investigaciones que se solicitan y se arbitran en la Facultad de Arquitectura y Diseño a nivel Licenciatura y Posgrado se presentan bajo esta estructura.

# Unidad 4:

## Marcos Teórico, Conceptual y Referencial

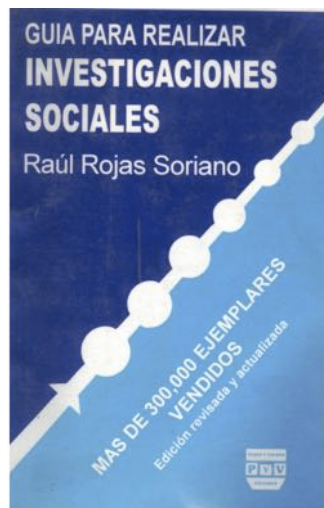


*Imagen 26: Marcos de investigación*

# Introducción

## Marco Teórico y Conceptual y Referencial

Un Marco Teórico - Conceptual es una estructura donde se integran de forma sistémica teorías y conceptos relacionados con el problema de investigación. Estas teorías y conceptos pueden derivarse de corrientes de pensamiento, escuelas, ideologías, autores, especialistas, etc. Con el Marco Teórico - Conceptual el investigador proporciona a su objeto de estudio específico una delimitación desde un enfoque teórico a la vez que utiliza conceptos derivados de la teoría elegida para explicar las generalidades de la investigación.



*Imagen 27: Rojas Soriano, Raúl (1996)*

Para elaborar el marco teórico y conceptual de acuerdo con la perspectiva de la investigación aplicada, se requiere manejar tres niveles de información.

El primer nivel implica el manejo de las teorías generales y los elementos teóricos particulares existentes sobre el problema; el segundo consiste en analizar la información empírica secundaria o indirecta proveniente de distintas fuentes, por ejemplo: investigaciones o informes publicados en revistas y periódicos, así como estadísticas u otros datos significativos que puedan localizarse en archivos públicos y privados, y el tercer nivel implica el manejo de información empírica primaria o directa obtenida mediante un acercamiento con la realidad, a través de guías de observación y de información clave. Para tal efecto, el investigador debe realizar uno o varios contactos, según lo estime conveniente, con la zona objeto de estudio. En este reconocimiento inicial tratará de recopilar información sobre los aspectos más



sobresalientes del fenómeno a través de su observación directa. Cuando se cuenta con una teoría para encuadrar el problema, la información proveniente de los dos últimos niveles nos va a permitir tanto conceptualizar el problema, de acuerdo con la realidad concreta donde se encuentra ubicado, como proporcionar elementos para vigilar la adecuada aplicación de la teoría a nuestro objeto de estudio. Sin embargo, en la práctica no siempre es posible utilizar una teoría para enfocar el problema por las razones expuestas al principio de este capítulo. En este caso se tienen que considerar solamente los dos últimos niveles que se refieren a la información empírica extraída de fuentes secundarias con el fin de establecer un marco conceptual sobre el problema.

Los tres niveles no se manejan separadamente en la estructuración del marco teórico conceptual; de hecho debe haber una continua retroalimentación para construir un marco adecuado a nuestro objeto de estudio por lo que a continuación se presenta una ejemplificación de cómo establecer la sistematización (a nivel general) de los tres niveles propuestos por Rojas Soriano en relación a la Disciplina del Diseño Gráfico:

#### **1ºer Nivel: Enfoque Teórico Interdisciplinario.**

Identificar desde un enfoque interdisciplinario la(s) teoría(s) general(es) que pueda(n) ser aplicada(s) al fenómeno objeto de estudio de la investigación.

**Ejemplo:** Teoría del color Luz de Newton (Enfoque Interdisciplinario)  
(Física y Matemática), generalmente es un solo autor

#### **2º Nivel: Enfoque Teórico - Conceptual Disciplinario.**

A partir de identificar la(s) teoría(s) se procede a relacionarla(s) con la disciplina específica de formación profesional a partir de su(s) propuesta(s) teórica(s) y enfoque(s) conceptual(es)

**Ejemplo:** Teoría del color Luz de Newton (Enfoque Interdisciplinario)  
Teoría del color RGB para el Diseño de Páginas Web  
(Enfoque Disciplinario) (Diseño Gráfico), generalmente son varios autores de la disciplina del diseño gráfico y de disciplinas afines (comunicación, multimedios etc)

#### **3º Nivel: Enfoque Conceptual Intradisciplinario**

Identificar conceptos y o términos que puedan explicar las características específicas del problema desde un enfoque intradisciplinario.

**Ejemplo:**  
(Enfoque Interdisciplinario)  
Teoría del color Luz de Newton  
(Enfoque Disciplinario)  
Teoría del color RGB para el Diseño de Páginas Web  
Conceptos de RGB, saturación, tono, contraste, guía del color RGB, selección de muestras de color, calibración del color, etc.

# Contenidos en relación al curso

## Redacción de reporte de investigación

### MARCO TEÓRICO

La construcción del marco teórico trata de poner en operación todos los medios a nuestro alcance para obtener información bibliográfica, hemerográfica, videográfica, entre otras, todas relacionadas directamente con el enunciado del planteamiento del problema.



**MARCO CONCEPTUAL** En el marco conceptual el investigador define y delimita según su criterio y de acuerdo a su marco teórico conceptos involucrados en las variables de investigación. Esta delimitación de conceptos permite exponer de forma concreta el enfoque de la investigación propuesta.

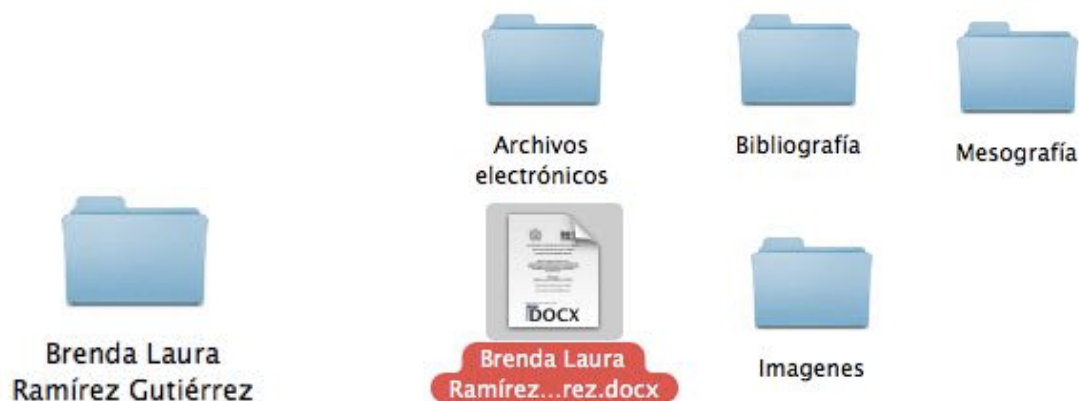
**MARCO REFERENCIAL** El Marco Referencial es el conocimiento previamente construido tanto teórico como empírico, por lo que su redacción debe de estar sustentada a partir de especificar las fuentes de consulta o referencia. En el marco referencial es importante mencionar que el sistema Harvard fortalece la presentación de información cuantitativa.



# Actividades de síntesis

## Criterios de forma

Entrega de carpeta con el nombre del alumno con los siguientes contenidos:



*Imagen 28: Criterios de entrega de archivos*

### Archivo de Word de marco teórico con nombre del alumno

**Carpeta de Bibliografía. (Carpeta de referencias de libros).** Las referencias de libros deberán ser escaneadas (de la copia de la página del libro con el subrayado o marcado de texto donde se tome la cita).

### **Carpeta de Mesografía. (Carpeta de referencias de internet).**

Las referencias de internet deberán ser fotos de pantalla de la página y foto de pantalla de donde se tome la cita. Se cotejarán en el documento a partir de dar click en el hipervínculo a la página web y verificar que éste esté en línea.

### **Carpeta de Imágenes. (Carpeta de referencias de imágenes).**

Las imágenes de internet se cotejarán en el documento a partir de dar click en la referencia y verificar que la imagen esté en línea. NOTA: en el caso de que se ocupe una imagen que no esté en internet, esta deberá ser escaneada para integrarla a la carpeta.

### **Carpeta de Archivos Electrónicos.**

Carpeta con archivos electrónicos PDF, PPT, documentos escaneados, etc.

## **CRITERIOS DE CONTENIDO**

Archivo de Marco Teórico- Conceptual y Referencial en Word con la siguiente estructura

**30 CUARTILLAS MÍNIMO**

colocar numeración de página en la parte inferior al centro (folio)

- 5 referencias de autores como mínimo en el contenido de investigación con la estructura de cita Harvard

5 referencias de internet MÁXIMO y/o 3 referencias de archivos electrónicos

5 referencias de imágenes y 3 Notas al pie de página

Referencias al final del documento numeradas y en orden alfabético (Bibliografía, Tesis, Mesografía, etc.) y listado de referencias de imágenes al final del documento

## **CRITERIOS DE ENTREGA**

**Entrega de archivo de Word con las siguientes características**

Portada (con datos institucionales)

Portadilla con índice de variables y subvariables

Redacción de introducción (media cuartilla)

Texto en Arial a 12 pts.

Texto justificado

Márgenes predetermina

Interlineado de 1.5

Texto para títulos de variables en 18 pts.

Texto para títulos de subvariables 16 pts.

Aplicación de Sistema Harvard Exeter

Pie de imagen desde Word

Redacción de conclusiones (media cuartilla)

Aplicación de referencias desde Word.

# Entrega de redacción de Marcos Teórico y Conceptual con la siguiente estructura

- Utilizar 5 referencias de autores (libros) como mínimo en el contenido de investigación con la estructura de cita Harvard.

Marcar de un color amarillo cada referencia dentro del documento

Marcar de un color rojo la utilización de Sistema Harvard dentro del documento

(chechar ejemplos)

- Utilizar 5 referencias de internet como máximo con la estructura de cita Harvard

Marcar de un color verde cada referencia dentro del documento

(chechar ejemplos)

- Utilizar 5 referencias de imágenes como mínimo con la estructura de cita Harvard.

Marcar de un color azul cada referencia dentro del documento

(chechar ejemplos)

- Utilizar 3 referencias de archivos electrónicos PDF como mínimo

Marcar de un color morado cada referencia dentro del documento

(chechar ejemplos)

- Utilizar 3 definiciones o notas al pie de página.

Marcar de un color turquesa cada nota al pie dentro del documento

(chechar ejemplos)

- Redacción de textos Marcar de un color gris cada TEXTO de entrada, de entrada a cita, de interpretación de cita, de continuidad y cierre (chechar ejemplos)

- Listado de Referencias al final del documento numeradas y en orden alfabético (Bibliografía, Tesis, Mesografía, Referencia de imágenes)

El siguiente ejemplo expone cómo debes entregar la redacción de tu Marco teórico y tu Marco Conceptual con aplicación de sistema Harvard.

# Ejemplo de aplicación de aparato crítico en marco teórico, conceptual y referencial

El marco teórico, conceptual y referencial que se presenta en las siguientes páginas es un ejemplo de cómo se debe realizar la redacción tomando en cuenta la estructura de aparato crítico en Sistema Harvard. Es importante mencionar que los contenidos presentados son solo una síntesis de lo que un marco teórico, conceptual y referencial debe de contener. Para identificar de forma clara y precisa el momento en el que se aplica el aparato crítico utilizando el sistema Harvard en el ejemplo propuesto que tiene por tema: **diseño editorial interactivo** se ha generado una **indicación cromática** que se compone de lo siguiente:

**color amarillo:** hace referencia a una cita corta o a una cita larga dentro del documento. En citas cortas de menos de tres renglones y se puede marcar en cursivas o entre comillas. En citas largas de más de tres renglones se maneja una sangría a la izquierda y derecha del texto para aislar e identificar la cita. Se presenta además en menor puntaje.

**color rojo:** Indica la utilización de Sistema Harvard dentro del documento en cuanto a forma donde lo más común es presentar el apellido del autor de la cita, el año y según sea el caso la página de donde se obtiene la referencia

**color verde:** indica la referencia de internet dentro del documento. Es importante mencionar que la referencia se presenta en las fuentes de consulta al final del documento para permitir la lectura fluida y sin distractores.

**color azul:** indica la referencia de una imagen, esquema o fotografía dentro del documento. Al final de cada marco (teórico, conceptual y referencial) se presenta la secuencia numerada de imágenes junto con los datos estipulados por el sistema Harvard

**color rosa:** Indica la referencia de un archivo electrónico dentro del cuerpo de texto. Este tipo de referencia se puede presentar en comillas o en cursivas y se justifica utilizando los márgenes preestablecidos. Es importante mencionar que una de las fortalezas del sistema Harvard es que precisamente se adapta a referencias de tipo electrónico

**color gris:** Indica la referencia de nota al pie del texto dentro del documento. Este tipo de anotación va acompañada de una numeración

# Contenidos

## Ejemplo de aplicación de marco teórico conceptual y referencial

TEMA: “DISEÑO EDITORIAL INTERACTIVO”

### Marco Teórico

#### Variables de investigación

- Teoría de la comunicación
- Factores de la comunicación
- La Comunicación Digital

#### Teoría de la Comunicación

La comunicación ha pasado a ser digital en más de un 80% en los últimos años. Primero la informática y después Internet han divulgado, extendido y, en cierta manera, impuesto, un formato con el que nos podemos comunicar de forma más rápida y cómoda. Es cierto que nos siguen llegando cartas y folletos, que seguimos hablando por teléfonos convencionales y usando audiovisuales analógicos. Pero, incluso en estos casos, la mayor parte del proceso es ya digital.



**Imagen 1: La tecnología en la actualidad**

La comunicación es un acto de expresión que el ser humano utiliza desde que nace. La necesidad de comunicar lo que se siente, lo que se piensa, lo que se ve o lo que percibe es indispensable para el hombre ya que como ser social necesita de actos de comunicación en donde se manifieste su necesidad de interactuar con el mundo. En



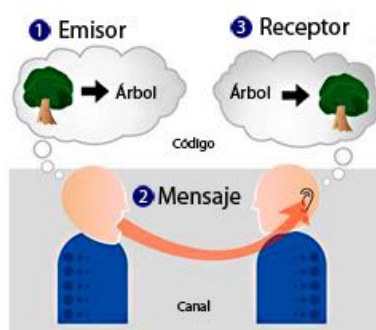
relación a lo anterior se puede exponer desde un enfoque teórico general que la comunicación tiene varias funciones y propósitos. Para el caso de esta investigación se expone la propuesta teórica que Nuñez (2005) formula a partir del estudio de los procesos y modelos de comunicación.

*La teoría de la comunicación se refiere al acto del ser humano de establecer un contacto visual o verbal en el que se transmiten ideas, discursos, formas de pensar, percibir, etc. Estos procesos al igual que la comunicación evolucionan constantemente por lo que se identifican diferentes tipos de comunicación ya que a partir de la necesidad de establecer y mantener contacto entre los individuos se plantean los procesos y/o ciclos de comunicación.* (Nuñez, 2005: 178)

Comunicar es el hecho de transmitir información significativa. Es la acción a través de la cual los individuos se relacionan entre sí. Para que la comunicación se produzca se requieren tres elementos básicos: Un emisor, un mensaje y un receptor. A estos tres elementos fundamentales hay que sumarle dos factores de igual importancia: El código y el canal.

### Factores de la comunicación

Los Factores de la comunicación son el conjunto de todos los conceptos que se necesitan para establecer la comunicación. Estos conceptos están presentes en los modelos de comunicación propuestos por diferentes autores. A continuación se presentan definiciones básicas tomadas de Fotonostra (2013) donde se exponen cada uno de los elementos referentes a la comunicación:



**Imagen 2: Factores de la comunicación**

**Emisor:** El emisor es la fuente de la cual parte el mensaje. Puede ser una persona, varias, una entidad, un medio de comunicación, etc. Se encarga de codificar la información y de transmitirla.

**Mensaje:** El mensaje es la información transmitida por el emisor. Ésta es seleccionada y transmitida en relación a un referente. El referente es la realidad a la que alude el mensaje. Esta realidad puede ser real o abstracta.

**Receptor:** El receptor es el destinatario del mensaje. Quien decodifica e interpreta lo comunicado por el emisor. Puede ser individual o grupal.

**Código:** El código es el conjunto de signos, normas y reglas que organizan la comunicación. Emisor y receptor deben usar el mismo código para que el mensaje pueda entenderse.

**Canal:** El canal es el medio físico a través del cual se emite y circula el mensaje. El canal puede ser el aire, el papel, etc.

Como se puede percibir cada uno de estos factores da sentido a la comunicación ya que funcionan como sistema en complemento unos con otros y funcionan como elementos aislados dado que cada uno de ellos tiene características definidas.

### La Comunicación Digital

Según Nuñez en la Teoría de la Comunicación (2005), *“la comunicación digital es aquella que transmite la información a través de símbolos”*. Los símbolos comunicativos pueden ser lingüísticos o escritos, y existe un consenso significativo para cada símbolo. Este consenso se ordena bajo reglas y normas lingüísticas. El significante y el significado de las palabras no tienen relación. La excepción son las onomatopeyas, en las que la palabra tiene relación directa con lo expresado.

La comunicación digital es un fenómeno que ha calado en la vida cotidiana del hombre. Surge como efecto de las nuevas tecnologías que se introducen de manera vertiginosa en el campo de la comunicación social. Intenta fusionar el periodismo con las nuevas técnicas de la informática, las letras con bits; lo analógico se convierte en digital. Esta novedosa forma de comunicación le abre numerosas puertas al usuario. Le otorga herramientas no sólo para expresarse de forma escrita, sino que le permite usar imágenes, videos, grabaciones de voz, animaciones, hipervínculos, correos electrónicos, blogs, entre otros; para expresar sus pensamientos e ideas.

Como lo expresa Núñez la era digital le brinda infinitas fuentes de investigación al hombre cibernético; desde rápidos buscadores, hasta fuentes editables. Sin dejar a un lado las redes sociales, herramientas de inmediata y constante actualización que le permiten al consumidor conectarse con otras personas e informarse sobre los acontecimientos más recientes.

*Comunicación digital implica también interacción y colaboración entre todas las personas que hacen uso y que se encuentran interconectados en la red.*

*Esta revolución digital abre puertas que años atrás eran indivisibles, como lo son: la interacción en tiempo real entre dos personas sin importar su ubicación espacial; el traslado de lo que antes se conocía como oficina a un espacio reducido que sólo requiere de un ordenador conectado a internet; y, sin dejar de lado, el constante cambalache al que están sometidos los roles de emisor y receptor, ya que se “ofrecer a nuestra audiencia herramientas para que contesten, comenten o manifiesten sobre nuestros mensajes. Desde encuestas hasta foros, pasando por refutaciones publicadas al pie de un artículo, el receptor puede ser un socio invaluable en la configuración de los medios del siglo XXI. (Núñez, 2005: 48)*

En cuanto a la colaboración presente en la red es ineludible el hecho de que sin participación un espacio de la web se puede considerar muerto. Un *site*<sup>3</sup> cobra vida y se desarrolla, en la medida que los usuarios empiezan a intervenir, preguntar, responder y hasta denunciar el tema que se trata. Una herramienta significativa para que la interacción y la colaboración se den a total cabalidad es el hipertexto. Según Núñez (2005) este elemento de la red está relacionado con “*un tipo de texto electrónico, una tecnología informática radicalmente nueva y, al mismo tiempo un modo de edición*” Se puede entender, entonces, que este instrumento actúa como un medio informático, al conectar información verbal con no verbal.

### Fuentes de Consulta del Marco Teórico

1. Fotonostra ¿Qué es la comunicación? (2013)

[En línea] Disponible en: <http://www.fotonostra.com/digital/comunica.htm>

(Consultado el día 8 de Marzo de 2013).

2. Núñez, Edwin (2005)

“Teoría de la Comunicación”

Ed. Imagen. Barcelona

### Referencia de imágenes

**Imagen 1:** La tecnología en la actualidad

<http://www.fotonostra.com/digital/comunicacion.htm>

En línea al 12 de Octubre de 2012

**Imagen 2:** Factores de la comunicación

<http://www.fotonostra.com/digital/comunica.htm>

En línea al 12 de Octubre de 2012

---

<sup>3</sup> El término anglosajón de *site* se refiere a un sitio en línea que se puede consultar desde internet

# Marco Conceptual

## Variables de investigación

- Diseño Editorial

- Interactivo

- Diseño Editorial Interactivo

- Diseño Editorial Digital

Este ejemplo de marco conceptual comienza con la definición de diseño editorial para dar entrada al tema y así relacionar lo interactivo con el diseño gráfico. La necesidad de definir los términos radica en que el lector conozca la importancia de los mismos y cómo éstos se presentan como objetos de estudio para esta investigación.

### Diseño editorial:

En el diseño gráfico la parte editorial es de suma importancia para la realización de proyectos. El diseño editorial hace que la propuesta de diseño a partir de su composición de elementos sea impactante. Para fortalecer el argumento anterior se presenta la siguiente cita:

*El diseño editorial es el área del diseño gráfico especializada en la composición y maquetación de color, tipografía, forma e imágenes en diferentes publicaciones, tales como revistas, libros, periódicos, catálogos, folletos y multimedia". Tiene como propósito dar sentido y orden a la información que se quiere transmitir. (Zanón, 2007: 87)*

El diseño editorial como se puede percibir es el área de diseño en el que el creativo puede experimentar y aplicar reglas de composición para atraer la atención del receptor del medio impreso o digital a partir del uso del color, de la forma y uso de la tipografía, de la complementación de formas geométricas como constantes y del uso de imágenes para complementar y dar sentido al texto.

### Interactivo

Después de presentar la definición de **diseño editorial y de mencionar su importancia para el diseño gráfico** procederemos a exponer las definiciones de interactivo planteadas en el libro de Alberich (2007: 57): *"interactivo es cuando se da el control de navegación a los usuarios para que exploren a voluntad el contenido, multimedia se convierte en no-lineal e interactiva".* A partir de lo anterior se comprende que lo interactivo en el ámbito multimedia sirve para promover la relación del usuario con el objeto. Lo interactivo hace más interesante la propuesta de diseño en el sentido que utiliza elementos y recursos impresos o electrónicos que hacen más interesante el proceso de lectura y percepción del mismo.

## Diseño Editorial Interactivo

Se puede decir que el diseño editorial interactivo será la maquetación y composición en una publicación ya sea multimedia o impresa donde el usuario podrá navegar por todo el contenido de ésta. De esta forma el diseño editorial se ha vuelto una disciplina importante en la creación de varios productos editoriales en los últimos tiempos.

El ser humano cada día necesita más interactividad en lo que lee o ve, es por eso que en los años recientes los objetos multimedia han tenido tanto éxito y podríamos decir que el boom que hizo esto posible fue la aparición de las tabletas digitales. En **interactivauf.wordpress (2010)** se expone que la comunicación interactiva es aquella en que el receptor tiene la capacidad para tomar decisiones y regular el flujo de la información. La capacidad del receptor para tomar decisiones dependerá en gran medida de la estructuración de la información proporcionada por el medio.

Para el diseñador gráfico, diseñar objetos editoriales interactivos debe ser un gran reto, ya que estos objetos editoriales deben contener varias posibilidades de lectura, para que el usuario pueda escoger una y así lograr la interactividad, de este modo el usuario elegirá a donde dirigirse ya sea mediante multimedia o a partir de un impreso que lo haga moverse de una página a otra. Algo que debemos resaltar acerca del diseño editorial digital interactivo es que el usuario tendrá el control no lineal sobre el producto que está leyendo u observando, al decir no lineal como lo hemos mencionado anteriormente el usuario se podrá desplazar por el objeto editorial como lo desee.



**Imagen 3: Comunicación Interactiva**

Para poder comprender bien lo que es un objeto editorial interactivo debemos entender que éste es un medio de comunicación por lo que en palabras de **Alberich (2007)** *"la comunicación interactiva es aquella en que el receptor tiene la capacidad para tomar decisiones y regular el flujo de la información."* La capacidad del receptor para tomar decisiones dependerá en gran medida de la estructuración de la información proporcionada por el medio.

En el contexto de los medios digitales la interactividad alcanza un desarrollo considerable desde esta perspectiva de comunicación, por lo que es importante exponer el siguiente texto expuesto por la comisión del Observatorio de la ilustración gráfica. (2009-2010):

*El libro electrónico (e-book, e-reader) es una de las apuestas actuales de los grandes grupos. Se busca una distribución masiva a través de medios de comunicación, aunque su implantación todavía no se ve viable más que entre sectores muy informados o tecnologizados*

Así, una de las formas en que el diseño editorial digital contribuirá a difundir la información o comunicar un mensaje, es la forma en como el diseñador gráfico logrará transmitir este mensaje de forma digital ya que no sólo se trata de texto e información, sino de un objeto estético y funcional.

*La estética encuentra su base en la aceptación del mensaje. Un mensaje bien recibido es un mensaje bello. Algo bello es algo que comprendemos tan bien que lo aceptamos sin duda alguna. La belleza de un diseño está en entregar una comprensión absoluta de nuestro mensaje. (Jegó, 2001: 218)*

Ahora podemos relacionar la labor del diseñador gráfico con un objeto editorial, con un proceso de comunicación digital y con la interactividad, ya que *“el objetivo de un objeto editorial interactivo será diseñar un viaje a través de un proceso donde el lector descubrirá el mensaje por medio de materiales, imágenes y textos” (Jegó, 2001)* La propuesta interactiva desde la plataforma digital invita al usuario a activar sonidos, visualizar imágenes, ver videos, activar actividades, entre otras cosas. En relación a lo anterior se puede exponer que si se logra que el usuario o lector interactúe dentro de la publicación o del objeto editorial como tal, este se relacionará e interesará más con el objeto, dando por consecuencia que el proceso de comunicación digital se cumpla.

### **Diseño editorial digital**

En la actualidad surgen constantemente nuevos dispositivos digitales. Esto se debe a los avances tecnológicos y a cómo el ser humano depende en gran medida de *“gadgets”<sup>4</sup>* que le faciliten la vida en el sentido de darle solución a necesidades de comunicación, entretenimiento, información, etc.

---

<sup>4</sup> El término anglosajón “gadget” se refiere a todos aquellos dispositivos electrónicos que el hombre utiliza en su quehacer diario. Estos dispositivos o “gadgets” son por ejemplo el teléfono celular, la agenda electrónica, los videojuegos, tablets dispositivos de audio y/o video, etc.

*El diseño editorial utiliza como soporte los nuevos medios digitales. Mediante estos objetos se deben buscar una forma nueva de abordar los textos y las imágenes de tal manera que los autores busquen las variables que se pueden utilizar para estos soportes, para acceder a través de varios campos de recepción y así lograr captar y mantener su interés. (Jegó, 2001: 223)*

Estos nuevos soportes de los que estamos escuchando en los últimos días, necesitan un diseño en multimedia, pero este tipo de diseño es una nueva rama del diseño gráfico o sigue siendo diseño editorial. De acuerdo a lo descrito anteriormente podemos decir que el diseño gráfico en el campo editorial se está adaptando a las nuevas tecnologías y éste empieza a interactuar con medios de multimedia.



**Imagen 4: Diseño Gráfico y Multimedia**

El ser humano interactúa objetos diseñados con base en multimedia, aquí podemos mencionar que se conjunta lo que hemos estado exponiendo previamente, es decir, en el proceso de comunicación digital observas que se está transmitiendo un mensaje por medio de canal que en este caso es el diseño editorial en la pantalla, y observamos que la persona tiene el control y elige lo que desea y de ahí continúa a otras páginas de su interés, descubriendo nuevos contenidos.

Ahora bien, a lo largo de los últimos años se ha venido discutiendo la importancia que ha tomado la **era digital** dentro de los objetos editoriales, algunos discuten si los objetos editoriales impresos dejarán de existir y serán suplantados por los objetos editoriales digitales, mientras que otros se preguntan que es lo que prefieren los usuarios si digital o impreso.

Analizando el primero de los problemas referente a si el diseño editorial impreso dejaría de existir se expone el siguiente enfoque:



*El libro desplazó al rollo... tanto como el rollo desplazó al códice... Pero la información contenida en el códice tuvo que pagar un precio por esas innegables mejoras: por un lado, perdía la capacidad de abstracción que practicaba la tradición oral... La última moneda que pagó la información, al ser fijada sobre el pergamino o el papel, fue la de su capacidad infinita de pliegue... Es cierto, con la escritura depositada en el libro nace un concepto de obra plena, redonda, fijada en el tiempo y las formas... Estos peajes que la obra pagó para fijarse al papel: abstracción, maleabilidad y pliegue, los vuelve a recuperar el texto en el escenario digital, añadiendo otros recursos y alguna problemática. (Zanón, 2007: 127)*

Como se puede percibir los cambios en el campo editorial impreso a lo largo de los años han sido variados y se han perdido y ganado cosas valiosas, pero todos estos cambios han sido para bien de la humanidad ya que los cambios son consecuencia de que el medio editorial esta adaptándose cada vez a las necesidades del ser humano de tal forma que las satisfaga y le facilite su proceso comunicativo



Imagen 5. La evolución de la comunicación

Sin embargo también nos damos cuenta de la postura del autor, en el sentido de que el libro no desaparecerá, ya que es el único que ha durado siglos desde su invención, claro que seguirán surgiendo nuevas tecnologías y junto con estas seguirá existiendo el libro impreso, jamás pasará de moda y siempre será un elemento importante para la humanidad, en la imagen anterior podemos observar en forma de sátira la evolución de la escritura a través de los años y de las épocas.

## Fuentes de Consulta del Marco Conceptual

1. Alberich, J., (2007)

*"Grafismo multimedia: comunicación, diseño, estética"*

Primera edición. Barcelona, España UOC.

2. Castrillón, Adriana (2011)

*"Diseño Editorial digital "un cambio en la forma de realizar diseño"*

Ed. Columbus, México.

3. Chamizo, Yosune (2011)

*"Diseño y multimedios"*

Ed. Nueva Imagen. México.

4. Jegó, N. y Alarcón, G., (2001)

*"Diseño gráfico digital: una propuesta de diseño editorial electrónico"*

Ed. Nueva Imagen. México.

5 Zanón, D., (2007)

*"Introducción al diseño editorial"*

Ed. Visión. España

## Referencias electrónicas

1. Comisión de Observatorio de la ilustración gráfica (2009-2010)

*Los retos de la era digital / Panorama Actual de los Medios Digitales. Pág 22*

Archivo electrónico en formato PDF.

Editado por FADIP (Federación de asociaciones de ilustradores profesionales).  
España

## Mesografía

1. interactivauft.wordpress. Comunicación Interactiva (2010)

[En línea] Disponible en: <http://interactivauft.wordpress.com/2010/05/01/el-ciberperiodismo/> (Consultado el día 23 de Octubre de 2012)

## Referencias de imágenes

**Imagen 3. Comunicación interactiva**

<http://interactivauft.wordpress.com/2010/05/01/el-ciberperiodismo/>

En línea al 9 de Octubre de 2012)

**Imagen 4: Diseño Gráfico y Multimedia**

<http://www.vertice.com.ec/servicios.aspx> (En línea al 9 de Octubre de 2012)

**Imagen 5: La evolución de la comunicación**

<http://cristinaaced.com/blog/2009/11/05/comunicacion-y-salud-2-0-un-modelo-para-valorar-la-calidad-de-las-noticias-medicas/> (En línea al 9 de Octubre de 2012)

# Marco Referencial

## Variables de investigación - Contexto de realidad y viabilidad del tema

El **Diseño Editorial** es tomado desde el Diseño Gráfico como uno de los campos capaces de mostrar todo tipo de posibilidades gráficas. Es una manera de transmitir nuestras ideas de una forma atractiva y eficiente al receptor.

En palabras de Rickner (2012)

*el diseño editorial en la particularidad de lo digital es un área de especialización importante y necesaria, ya que la mayoría de las personas tiene contacto hoy en día con propuestas editoriales que pueden ser vistas en dispositivos electrónicos tales como: tablets, computadoras, teléfonos celulares, entre otros. (Rickner; 2012: 87)*

El diseño editorial digital en la actualidad permite tener el plus de la interactividad que permite a las personas que gustan de información tal como el deporte, el entretenimiento, la política, entre otros, **leer, ver y escuchar** contenidos que en comparación con el medio impreso están limitados por el espacio y formato de diseño. Visto desde la disciplina, el **diseño editorial digital interactivo** se convierte en una herramienta y medio efectivo con la que el diseñador puede generar una nueva percepción en cuanto al diseño de formas, estilos, cajas de texto, márgenes, datos técnicos y propuestas editoriales adaptadas a las necesidades de comunicación actual.

El **diseño editorial con la propuesta de interactividad** es en la actualidad un medio de comunicación que brinda la posibilidad de informar, orientar, comunicar y ofrecer a los usuarios elementos visuales que le permitan al fin y al cabo obtener información de su entorno. La **realidad de la sociedad** es que está enfocada a exigir en lo que se refiere a cuestiones de diseño editorial digital, por lo que los Diseñadores Gráficos cada vez tenemos retos que enfrentar. Rickner (2012) comenta en relación a lo anterior lo siguiente: *“Hoy en día los consumidores no pueden ser generalizados, hay mercados específicos, por lo tanto el trabajo del diseñador gráfico en relación a lo digital e interactivo debe de ser cada vez más especializado y perfeccionista”.*

La importancia de este tema de investigación es la de dar a conocer la amplitud, impacto y desarrollo del **Diseño Editorial digital** como medio de comunicación masiva, y particularmente el fenómeno de la **interactividad** como un elemento que permite al diseñador experimentar nuevas fronteras para aplicar su creatividad utilizando los beneficios de la tecnología de hoy en día. La **aportación de este tema a la disciplina**

**del diseño gráfico** generada en esta propuesta de investigación es la de identificar al diseño editorial digital como tendencia de actualidad ya que es realidad y campo de trabajo de muchos diseñadores gráficos. Por lo anterior **el enfoque de este tema de investigación** es la de dar a conocer, la amplitud, importancia y desarrollo del Diseño Editorial digital como medio de comunicación masiva, donde el dominio del concepto de interactividad debe de ser una de las habilidades específicas que un diseñador debe de poseer. Desde el punto de vista de Rickner (2012) *“A partir de un dominio de la tecnología se generan objetos que dejan de ser tradicionalmente impresos para adaptarse a la transición y aplicación de los mismos en objetos virtuales”*. **El tema se compromete a** presentar contenidos actuales que sirvan de material de consulta para estudiantes y futuros diseñadores que inicien su acercamiento al diseño editorial digital y al dominio del concepto de interactividad como recurso eficiente y creativo aplicado directamente a sus propuestas de diseño.

### Fuentes de consulta

1. Berthier, Antonio (2008)  
“El sistema de Referencias Harvard” en Conocimiento y Sociedad.com.  
[En línea]. Disponible en: <http://www.conocimientoy sociedad.com/Harvard.html>  
(Consultado el 15 de junio de 2008)
2. Meneses, G. (1999).  
La importancia del "aparato crítico" al elaborar un escrito. En G. Meneses (Ed.),  
El proyecto de tesis: Elementos, críticas y propuestas (pp. 25 - 34). México:  
Lucerna Diogenes.
3. Real Academia Española. (2013) Barcelona: Premier Editores
4. Rouet, Jean-François (2006) Las habilidades del uso de documentos de consulta  
Barcelona. Ed. Aluminari
5. Schmelkes, Corina (2004) Presentación de Anteproyectos e Informes de  
Investigación México. Editorial Oxford.
6. Valdés, García, Lorandi, Galván & Vargas (2010) Elementos, estilos y críticas  
para citar autores México. UNAM.

:

1.

# Conclusiones

La investigación cualitativa da cuenta de la credibilidad de la comunicación, o de los conceptos, o de los beneficios ofrecidos. Desde la disciplina del diseño gráfico los estudios cualitativos analizan al fenómeno o sujeto desde posturas teóricas comprobadas. Estos análisis adquirirán posteriormente un carácter probabilístico, y, por ende, proyectable al universo en una segunda etapa de la investigación que ya será cuantitativa.

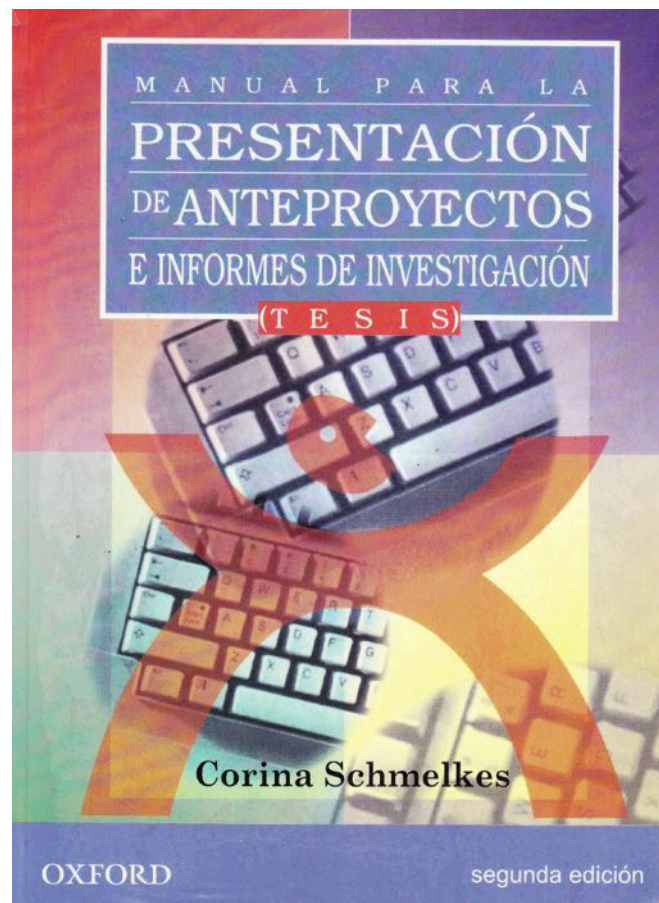
Debido a lo anterior una de las críticas que se le suelen hacer a los abordajes cuantitativos en la disciplina del diseño gráfico, desde la perspectiva de la investigación cualitativa, es su propensión a servirse de los sujetos de estudio, más que comunicarse con ellos.

El argumento es que por ejemplo en las encuestas utilizan a los individuos para extraer de ellos información que luego es procesada sin que medie ningún tipo de “devolución” a quienes dieron origen a los datos. Se dice además, que la situación de la entrevista es tan artificial -uno se limita a preguntar y el otro a responder que es posible formular cuestionamientos muy sólidos sobre la validez de los datos así obtenidos.

En cambio, los métodos cualitativos parecerían encontrar una de sus fuentes de legitimación primarias en el hecho de que permiten una comunicación más horizontal - más igualitaria- entre el investigador y los sujetos investigados. Sin negar que algunos de los abordajes cualitativos como las entrevistas a profundidad y las historias de vida permitan un acercamiento más “natural” a los sujetos, es necesario reflexionar con más detalles sobre las condiciones que hacen posible este tipo de encuentros.

# Anexos

Schmelkes (2004) expone que Marco teórico, es la descripción de los elementos teóricos planteados por uno y/o por diferentes autores y que permiten al investigador fundamentar su proceso de investigación. el marco teórico es una descripción detallada de cada uno de los elementos de la teoría que serán directamente utilizados en el desarrollo de la investigación.



*Imagen 29: Schmelkes, Corina (2004) Presentación de Anteproyectos e Informes de Investigación México. Editorial Oxford.*

También incluye las relaciones más significativas que se dan entre esos elementos teóricos. La elaboración del marco teórico comprende, dos etapas: La revisión de la literatura correspondiente y la adopción de una teoría o desarrollo de una perspectiva teórica.

# Bibliografía

1. Alvarez, Juan L; Jurgenson, Gayou. (2003)  
Cómo Hacer Investigación Cualitativa. Editorial Paidós Educador. México.
2. Figueroa, Jesus. (1980)  
La Investigación Cualitativa. Editorial Somoza. México.
3. Hernández Sampieri, Roberto y Col. (1998)  
Metodología de la Investigación. Editorial McGraw-Hill. México
4. Kvale, Steinar. (1996)  
Las entrevistas en la Investigación Cualitativa. Thousand Oaks- California.
5. Martínez, Miguel. (1999)  
Comportamiento Humano. Nuevos Métodos de Investigación. Editorial Trillas.  
México
6. Rodríguez Gómez, Gregorio y Col (1999)  
Metodología de la Investigación Cualitativa. Editorial Aljibe. Málaga-España.
7. Sabino, Carlos A. (1996)  
El Proceso de Investigación. Editorial Lumen –Humanitas. Buenos Aires.  
Argentina.
8. Tamayo y Tamayo, Mario. (1998).  
El Proceso de la Investigación Científica. 3era Edición. Ed. Limusa S.A. México-  
D. F.
9. Valdez Medina, Jose Luis. (2000)  
La Investigación aplicada. Editorial McGraw-Hill. México
10. Vilchis, Luz del Carmen (2000)  
Diseño, Universo del Conocimiento. Editorial Claves Latinoamericanas. UNAM.  
México



# Referencia de imágenes

Imagen 1: Plan Flexible 04 Lic. en Diseño gráfico .....	4
Imagen 2: Actividades planificadas para el alumno .....	5
Imagen 3: Secuencia didáctica de la UA de Técnicas de Investigación para el Diseño ..	6
Imagen 4: Programa de la UA de Técnicas de Investigación para el Diseño .....	7
Imagen 5: Libro de Metodología de Investigación.....	8
Imagen 6: La Investigación Cualitativa.....	9
Imagen 7: Observación para la investigación cualitativa .....	11
Imagen 8: El análisis como recurso de investigación.....	12
Imagen 9: la síntesis como base objetiva para resumir textos.....	13
Imagen 10: Mapa para relacionar nodos conceptuales .....	14
Imagen 11: Realización de técnica de focus group.....	15
Imagen 12: Investigación cuantitativa y diseño gráfico .....	17
Imagen 13: La observación registrable y objetiva .....	20
Imagen 14: Observación con reporte fotográfico .....	21
Imagen 15: Técnica de entrevista .....	22
Imagen 16: Formato de entrevista .....	23
Imagen 17: Entrevista formalizada.....	24
Imagen 18: Entrevista no formalizada.....	24
Imagen 19: Técnica de cuestionario .....	26
Imagen 20: Cuestionarios abiertos.....	27
Imagen 21: Cuestionarios cerrados .....	27
Imagen 22: Técnica de encuesta .....	28
Imagen 23: Aplicación de encuestas en campo.....	29
Imagen 24: Citación con Sistema Harvard.....	31
Imagen 25: Sistema Harvard.....	33
Imagen 26: Marcos de investigación.....	38
Imagen 27: Rojas Soriano, Raúl (1996) .....	39
Imagen 28: Criterios de entrega de archivos .....	42

# Glosario

**1. Enfoque de investigación:** Se refiere a la perspectiva de investigación que se da a partir de un punto de vista en específico:

**2. Contenido:** Es la información significativa de una investigación. Se puede presentar por niveles o jerarquías.

**3. Criterio de análisis:** Son los argumentos específicos con los cuales se realizará un análisis dentro de una investigación

**4. Fenómeno:** Hecho o situación que establece el origen de la investigación

**5. Forma:** Se refiere a la estructura formal de una investigación construida a partir de partes específicas previamente identificadas

**6. Instrumento de recolección de datos:** Es cualquier formato que sirva para la obtención de datos o información significativa para la investigación

**7. Necesidad:** Se presenta como la detonante de la investigación en el sentido de requerir investigar algo a partir de un propósito específico

**8. Objeto de estudio:** Es el núcleo clave de la investigación. Su construcción se da a partir de procesos de análisis y síntesis de contenidos teóricos

**9. Objeto de Diseño:** Desde la disciplina del diseño es la parte tangible o física en la que se concluye o aplica la investigación teórica.

**10. Propósito:** Es el objetivo de la investigación. Su función es establecer los alcances y limitantes de la investigación

**11. Proyecto de investigación:** Es la estructura teórico-conceptual de la investigación. Se constituye a partir de variables y criterios organizados sistemáticamente

**12 Proyecto de diseño:** Es la parte de la investigación donde se presentan prototipos o diseños finales derivados de la investigación

**13. Proceso de investigación:** es el procedimiento no lineal que se aplica a una investigación con el fin de identificar variables o criterios que sirvan para definir contenidos significativos.

**14. Técnica de investigación:** es la forma en la que se puede abordar un fenómeno objeto de estudio. Su estructura y función depende del propósito de la investigación